

**REFLEXÕES SOBRE A DIMENSÃO SIMBÓLICA DO PROCESSO DE  
EMPRESARIZAÇÃO E A CONSTITUIÇÃO DO HABITUS EMPRESARIAL**

**SABRINA SAMPAIO RAKOW**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)

**MARCIO SILVA RODRIGUES**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS (UFPEL)

**LARISSA FERREIRA TAVARES**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE (FURG)

# REFLEXÕES SOBRE A DIMENSÃO SIMBÓLICA DO PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO E A CONSTITUIÇÃO DO *HABITUS* EMPRESARIAL

## INTRODUÇÃO

*Como exatamente Armand Peugeot, o homem, criou a Peugeot, a empresa? Praticamente da mesma forma como os padres e os feiticeiros criaram deuses e demônios ao longo da história e como milhares de padres católicos franceses continuaram recriando o corpo de Cristo todo domingo nas igrejas da paróquia. Tudo se resumia a contar histórias e convencer as pessoas a acreditarem nela. Yuval Noah Harari (2020, p. 39)*

Assim como Harari questiona a capacidade da nossa espécie de imaginar, de criar obras de arte e de acreditar em coisas que não existem na natureza como o dinheiro, os Estados e os direitos humanos, observamos e indagamos a nossa forma de organização social do mundo moderno, a forma como recebemos influências e legitimamos formas de pensar e agir oriundas de instâncias que ultrapassam nossa subjetividade ou os nossos próprios valores em razão de algo maior. Vivemos em um mundo que se organiza de maneira inédita, que parece cada vez mais tornar as organizações econômicas como centro, valorizando muito mais as relações entre os homens e as coisas, revolucionando uma série de valores (DUMONT, 1997) e, consagrando um modelo social em que os indivíduos do mundo moderno tendem a nascer, crescer e morrer dentro de organizações (ETZIONI, 1968).

Apesar de existirem ao longo da história, uma série de organizações, formadas por diferentes coletivos de pessoas, capazes de organizar o comportamento social, tal qual a própria Igreja (WEBER, 2004b), o mundo moderno deu condições e espaço para a emergência da empresa como instituição central, fazendo com que cada vez mais, a ideia de organização seja reduzida à ideia de empresa. O resultado disso é a forte presença dos discursos empresariais como modelos para qualquer forma de organizar, uma vez que os elementos, os princípios e as visões de mundos que caracterizam a sociedade moderna, orientada pelo sistema capitalista vigente e hegemônico, são materializados na empresa (RODRIGUES E SILVA, 2019a; 2019b).

Essa generalização da ideia de empresa e, conseqüentemente, dos discursos empresariais, para os mais variados espaços, que Rodrigues e Silva (2019a), chamam de processo de empresarização, faz com que o mundo seja cada vez mais organizado por e para a empresa. Um “mundo-empresa” (SOLÉ, 2008), diferente do proposto por pesquisadores e dirigente políticos de que a sociedade moderna é essencialmente organizada pelo mercado, onde circulam ideais e modelos de organização baseados nos modelos corporativos e a empresa é vista como “força organizadora” (RODRIGUES E SILVA, 2019a)

Os trabalhos iniciais sobre esse fenômeno partem da contextualização e da compreensão de dois autores centrais, Andreu Solé e Yves-Marie Abraham. O processo de empresarização do mundo, ou empresariamento, como às vezes é traduzido, já foi utilizado em diversas áreas de conhecimento, inclusive fora do Brasil (RODRIGUES E SILVA, 2019a), porém nem sempre com a mesma compreensão que utilizaremos neste trabalho. A empresarização também já foi pensada através de diferentes lentes teóricas, todas com o objetivo de contribuir para o avanço nos estudos sobre este fenômeno. Na área dos estudos organizacionais no Brasil, atualmente

existe um esforço para pensar o referido fenômeno a partir de outras perspectivas, em sua maioria foucaultianas.

No entanto, pouca atenção tem sido dada pelos autores iniciais dessa teoria, para a dimensão simbólica desse processo, ou seja, que compreenda o processo de empresarização não apenas pela incorporação de práticas e reprodução de discursos empresariais, mas também na sua dimensão simbólica que define como o indivíduo está no mundo, como ele se vê e como estabelece suas relações sociais. Um processo que através de um conjunto de símbolos, atua nos aspectos mais subjetivos, culturais e intrínsecos dos indivíduos, assim como nas próprias estruturas, uma vez que tal processo passa a ser referência para outros espaços. Por estas razões, neste trabalho, diferente do que já foi realizado e construído até aqui, pensaremos o processo de empresarização a partir de uma concepção bourdieusiana, que nos permita compreender a dimensão simbólica desse processo capaz de estipular uma determinada ordem social, agindo simultaneamente nas estruturas e nos agentes presentes ou não no campo (BOURDIEU, 1989).

Pensar a dimensão simbólica do processo de empresarização implica também compreender que, por ser um processo histórico, que produz e recebe uma série de influências, resulta na formação de um *habitus* essencialmente empresarial, enraizado e perceptível nas ações, escolhas e comportamentos do indivíduos. Alinhado ao conjunto de símbolos que remetem à ideia de empresa, esse *habitus* parece trazer respostas aos anseios do mundo moderno, ao mesmo tempo que sustenta e conserva, através da produção e consumo destes símbolos, o capital acumulado dos agentes dentro do campo e asseguram os interesses de uma classe dominante. No decorrer da pesquisa, nos deparamos com outros estudos na área das Ciências Sociais que utilizam os termos, “‘New’ Corporate Habitus” (KAY E LABERGE, 2002), “*habitus* empresarial” (CHALITA, 2008, CUADRA E RESTREPO, 2022), “espírito empresarial” (DE CLERCQ E VORONOV, 2009), “*habitus* dos gestores” (FREITAG E HOPPEN, 2020) ou o “*habitus* empreendedor” (NASCIMENTO E SILVA, 2021).

Apesar de tais estudos contribuírem para aprimorarmos o conceito de *habitus* empresarial, o objetivo deste trabalho é avançar neste conceito, uma vez que os estudos citados até aqui, tendem a observar as relações de poder do meio empresarial sob o olhar das práticas de um agente central: o gestor ou o empresário. O *habitus* empresarial, diferente desses estudos, nos parece compreender um conjunto maior de valores e saberes não apenas relacionado à aspectos predominantemente mercadológicos, empreendedorísticos ou, até mesmo, resumido às posições de poder de determinados agentes. Dito isto, o objetivo deste ensaio consiste em associar a teoria do processo de empresarização às principais contribuições de Pierre Bourdieu para discutir a dimensão simbólica do referido processo e delinear o conceito de *habitus* empresarial.

Para isso, apresentaremos na seção seguinte, a definição do processo de empresarização, assim como suas principais contribuições e compreensões, posteriormente, discutiremos os principais conceitos do cabedal teórico de Pierre Bourdieu, sobretudo os conceitos de *habitus*, campo e capital. Na quarta seção do trabalho, será feita uma aproximação entre estas lentes teóricas, a fim de discutir a dimensão simbólica do processo de empresarização e delinear o conceito de *habitus* empresarial através de reflexões e observações e, por fim, considerações finais e referências encerram o documento.

## **O PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO DO MUNDO**

Em decorrência da mundialização, da modernização e da globalização, nossa sociedade vem há algum tempo, abrindo espaço para que nos tornamos uma sociedade de empresas. O mundo-empresa, como chama Solé (2008), é um processo que começa entre os séculos XI e XII, na Europa e continua na nossa época, fazendo com que a empresa se torne a instituição de referência da modernidade.

O autor destaca cinco manifestações principais e comuns da empresa, que são tomadas como naturais no mundo moderno, dentre elas: 1) a expansão geográfica da empresa, ou seja, em qualquer lugar do mundo encontramos organizações empresariais; 2) em cada país, a empresa ocupa cada vez mais de um número maior de atividades e de relações humanas, uma vez que boa parte do que consumimos e apreciamos é produzido por empresas; 3) a empresa como modelo obrigatório para outras organizações e atividades humanas, considerando que outras organizações e o próprio comportamento humano passa a ser atravessado por questões empresariais; 4) o aumento do domínio da empresa sobre a vida dos seres humanos, ditando a ação e a forma como os indivíduos se enxergam no mundo moderno e; 5) o aumento do domínio das empresas sobre a vida humana fora da empresa, já que mesmo fora das instituições carregam traços dela enraizados no seu comportamento (SOLÉ, 2008; RODRIGUES E SILVA, 2019a).

Uma outra característica do mundo-empresa é a própria concepção de felicidade, que merece destaque, definida como a melhor forma de viver que cada mundo delinea para si. No mundo moderno, Solé (2008), entende que a felicidade está em satisfazer necessidades e, para isso, trabalhamos para ter dinheiro que nos permite comprar bens e mercadorias, mantendo a própria lógica do consumo e de acumulação e transformando a empresa na principal produtora da nossa percepção de felicidade.

A empresa parece tomar o espaço de instituições tradicionais como o Estado ou a Igreja, que durante tanto tempo foram instituições centrais no ocidente, implicando uma nova ordem social, tornando-se referência para qualquer espaço e contribuindo para a expansão do processo de empresarização. Isto é, a generalização da ideia de empresa para espaços que nada tem, ou não deveriam ter, de empresariais. A emergência da sociedade moderna e o predomínio do ideário capitalista, proporcionaram a expansão expressiva dessa generalização da empresa como referência para espaços que nada tem de empresariais, até o mais subjetivo de todos, do próprio indivíduo, dessa forma, “[...] as relações construídas, a linguagem utilizada, os valores perseguidos, o mundo, enfim, vem sendo pouco a pouco contaminado com a ideia de que tudo e todos são, de alguma forma ou em algum grau, empresas.” (RODRIGUES E SILVA, 2019a, p. 43).

Os trabalhos iniciais sobre esse fenômeno, conforme já mencionado na introdução, partem da compreensão e da contextualização de Andreu Solé e Yves-Marie Abraham, ex-aluno de Solé, portanto, assumem o conceito de empresa sob a perspectiva destes autores. Na visão de Solé (2008), a empresa é um conjunto de relações entre humanos e possui características específicas, como a contabilidade, a hierarquia, a disciplina, a divisão de tarefas e sempre visam ao lucro. Dentre os trabalhos realizados no Brasil, na área dos estudos organizacionais, iniciados nos anos 2000 e que utilizaram essencialmente os estudos de Solé, nos deparamos com trabalhos que se preocupam com três determinadas instituições, a saber: as instituições religiosas (SERRA, 2005; GONÇALVES, SERRA E COSTA, 2007), as instituições esportivas (COSTA, 2005; COSTA E SILVA, 2006; RODRIGUES 2006, RODRIGUES E SILVA, 2006a, 2006b; DURIEUX, 2005) e, por fim, as instituições culturais (TAVARES 2011, VARGAS E RODRIGUES, 2019; RODRIGUES, SILVA E DELLAGNELO, 2014).

A partir do trabalho de Solé, Abraham (2006), inspirado em Émile Durkheim, entende a necessidade de aprofundar estes estudos e compreender o que sustenta a empresa. Por isso, o autor passa a compreender a empresa como uma instituição composta por um conjunto de regras e procedimentos aceitos e sancionados pela sociedade, que promovem ordem e coesão social. Esse conjunto de regras e procedimentos implicam em uma associação de cinco “modos de agir e pensar” (RODRIGUES E SILVA, 2019a), que norteiam o comportamento empresarial, sendo estes: o individualismo e a invenção da realidade econômica; o mito fundador da escassez; a

noção de propriedade privada, apropriação e exploração pelo racionalismo, racionalidade e burocracia e; a inovação, o desenvolvimento e a ideologia do progresso. Esses modos de agir e pensar que caracterizam o comportamento empresarial, podem ser observados socialmente, através de uma série de relações sociais presentes nos comportamentos e ações individuais, a saber: as relações impessoais, as relações de trabalho ou funcionais, as relações de dominação, as relações de exploração ou assalariamento e, por fim, as relações concorrenciais (ABRAHAM, 2006; RODRIGUES E SILVA 2019a; 2019b).

Dentre os estudos no Brasil, na área dos estudos organizacionais, que se detêm aos pressupostos de Abraham (2006) e exploram os hábitos coletivos, encontramos um novo conjunto de estudos com objetivos diferentes dos citados anteriormente que utilizavam o cabedal teórico de Solé. Destaca-se aqui, os estudos sobre políticas públicas para a agricultura familiar (ARAÚJO E SILVA, 2016), o estudo sobre a mídia (RODRIGUES, 2013; 2021), e os estudos sobre a educação (RODRIGUES, 2013; BARCELOS E RODRIGUES, 2017; BADIA 2017; DUQUIA, FRANZ, BARCELLOS E RODRIGUES, 2022; RODRIGUES E SILVA, 2019a; 2019b; FRANZ E RODRIGUES 2021).

Para além do arcabouço teóricos de Solé e Abraham, os estudos sobre empresarialização levaram à inclusão de novos autores e novas abordagens teóricas para enriquecer o assunto e superar lacunas, a saber: as contribuições de Jean Baudrillard e Karl Polanyi (VARGAS E RODRIGUES, 2019), Jean Baudrillard também se faz presente no trabalho de Onofre et. Al, (2022), Florestan Fernandes e Milton Santos (COSTA, 2017), Michel Foucault (BORGES E RODRIGUES, 2017; FRANZ, LEITE E RODRIGUES, 2020), Nikolas Rose (ARNONI, 2022), Mark Considine (DUQUIA, FRANZ, BARCELLOS E RODRIGUES, 2022), Karl Marx (TOMETCHI, 2019; TOMETCHI E SILVA, 2018).

A contribuição de cada um dos trabalhos aqui citados, é avançar na teoria sobre o processo de empresarialização, superando lacunas e demonstrando como é possível identificar o impacto e a presença dos pressupostos empresariais, para espaços que não o são, reforçando e explicando a forma como o essa generalização da ideia de empresa vem acontecendo. O referido processo, já foi utilizado para compreender os mais diversos objetos de estudos através das mais variadas lentes teóricas, no entanto, em nenhum momento, esse processo foi pensando como um conjunto simbólico capaz de estabelecer uma determinada ordem, como capaz de estabelecer um processo de socialização, agindo simultaneamente em caráter tanto subjetivo como objetivo.

Uma vez que nos propomos a pensar a empresa como um conjunto de símbolos, que são consumidos e reproduzidos no meio social para as mais diversas esferas, utilizaremos os cinco modos de agir e pensar as respectivas relações sociais que eles desencadeiam nos indivíduos, como norteadores para caracterizar esse conjunto simbólico que constitui a empresa. Apesar de acreditarmos que existam outros, provavelmente influenciados pelas mudanças sociais do mundo moderno, estes pressupostos iniciais nos ajudarão a pensar no processo de empresarialização como um fenômeno que atua simultaneamente nas estruturas, em caráter objetivo e, nos agentes, de maneira subjetiva. Um processo que dissemina uma nova forma de socialização e de instituição, dos indivíduos e das estruturas como um processo legítimo e amplamente reconhecido, capaz de se reproduzir nos mais diversos campos, um conjunto simbólico que uniformiza os capitais de disputa que asseguram os interesses de uma classe de dominantes.

## **AS CONTRIBUIÇÕES DE PIERRE BOURDIEU**

O motivo da aproximação do processo de empresarialização com a lente teórica de Pierre Bourdieu, é tentar superar dicotomia entre subjetivismo e objetivismo ao observar tal processo, a polêmica entre sujeito e objeto, estrutura e indivíduo, como se fossem coisas separadas uma

da outra e sem relação entre si. Entendemos ao longo dos estudos aqui realizados, que tais pressupostos caminham juntos influenciando um ao outro, produzindo e reproduzindo uma série de saberes, valores e regras que se fazem presentes no meio social.

Para articular dialeticamente o ator social e a estrutura social, Bourdieu recupera a ideia escolástica de *habitus* como um *modus operandi*, que tende a conformar e orientar a ação. Partindo de uma premissa marxiana de que a sociedade não se organiza sozinha e, ao mesmo tempo, de uma premissa weberiana, de que os indivíduos não mudam a sociedade sozinhos, o *habitus* parece surgir como uma forma de responder ao utilitarismo e a insuficiência de lidar com o essencialmente subjetivo (BOURDIEU, 1989). Por essa razão, o autor explica que o agir dos agentes está relacionado à sua socialização que assume formas corporificadas por meio do *habitus*, expresso nas atitudes, gostos, opiniões, habilidades, valores e disposições, assim, as ações de um agente são um *habitus* interiorizado.

A noção de *habitus* é ampliada pelo autor como uma forma de romper com a dualidade do senso comum entre indivíduo e sociedade, com a tentativa de captar a “interiorização da exterioridade e a exteriorização da interioridade” (WACQUANT, 2007). Dessa forma, através de um sistema de posições e da forma como os agentes estão inseridos dentro de cada campo, o *habitus* se sustenta através de “esquemas generativos”, que antecedem e orientam a ação de outros “esquemas generativos”, portanto, o próprio gosto, assim como as escolhas e modos de pensar não são vistos apenas como simples subjetividade, mas sim, como “objetividade interiorizada”, que orientam e determinam a escolha estética (ORTIZ, 1983).

Dentro dos mais variados campos, parece existir uma divisão onde se manifestam relações de poder, baseada em uma distribuição desigual de capitais (sociais, culturais ou econômicos), a depender do que é valorizado como capaz de proporcionar um processo de distinção dos demais atores do campo. Essa divisão, tende a implicar no que o autor chama de ortodoxia em que o polo dominante tende a conservar o capital acumulado e heterodoxia, quando o polo dominado tende a desacreditar os detentores reais de um capital ilegítimo. Os agentes situados na ortodoxia devem secretar uma série de instituições e mecanismos que conservem a sua posição e o seu estatuto de dominação. Institui-se então, um processo de legitimação dos bens simbólicos ou estabelece um sistema de filtragem que determina quem deve ou não ascender na hierarquia cultural, de acordo com Ortiz (1983).

Ortodoxia e Heterodoxia, neste caso, embora antagônicas, participam dos mesmos pressupostos que ordenam o funcionamento do campo. Assim como os rituais, as crenças, elas desempenham função de manutenção da ordem do campo social em que se manifestam. “Dominantes e dominados são necessariamente coniventes, adversários, cúmplices que, através do antagonismo delimitam o campo legítimo da discussão” (ORTIZ, 1983, p. 23).

Dessa forma, dentro de cada campo, um conjunto de *habitus* e de capitais, propiciarão diferenciações entre os agentes, gerando diferentes classes e criando uma relação de dominado e dominante, momento em que o poder, ao atingir uma determinada eficácia simbólica, pode impor significações de mundo como legítimas. O poder simbólico assume um papel de mediador entre dois conceitos importantes definidos por Bourdieu, a *doxa* e a violência simbólica.

Por *doxa*, entende-se o momento em que um ponto de vista dos particulares, em posição de dominantes, passa a ser entendido como um ponto de vista universal (BOURDIEU, 1996). Um processo de socialização que assume um comportamento, que naturaliza as posições e as torna senso comum, gerando uma distribuição desigual de capital simbólico e uma legitimação de cada produção, que naturalmente, resulta em violência simbólica, que se caracteriza por um processo histórico e dispensa qualquer contestação (ROSA E BRITO, 2009).

Esse tipo de violência se manifesta de maneira invisível, sutil e silenciosa nas relações sociais e resulta de uma dominação que está fortemente introduzida no dóxico das coisas, vividas como naturais e evidentes. As minorias tendem a assumir o papel de dominados de uma

maneira natural e na medida em que adentram o campo social são forçadas as regras deste novo espaço e ao sofrer essa violência simbólica podem assumir dois comportamentos diferentes: a submissão (aceitação), interiorizando a *doxa* e alinhando-se com a lógica do campo ou a negação de toda a lógica do campo (ROSA E BRITO, 2009).

Nesse sentido, nos diferentes campos, uma série de instituições promotoras e produtoras de saberes, dotadas de autonomia, parecem servir como instrumentos de controle ideológico à serviço dos anseios, desejos e interesses das classes dominantes, levando o agente dentro do campo a adequar seu modo de agir e pensar, normalmente de modo não racional, às exigências daquele campo. Tais questões, oriundas de um suposto “comportamento adequado” influenciado por instituições dominantes, são ferramentas necessárias e indispensáveis, para a consolidação e reprodução de determinadas formas de agir, que de alguma forma sustentam um sistema de posições e os agentes que as dominam, formando diferentes formações de *habitus* que norteiam tais ações.

Por ser considerado um produto da história, o *habitus* é também considerado um sistema de disposições abertos, constantemente confrontado com novas experiências e afetado por elas, portanto é considerado durável, porém não imutável (CASANOVA, 1995). Este *habitus* é inscrito e fortemente enraizado no corpo, nos gestos, na postura, a ação é orientada pelo jogo e não pela razão e os atores limitam espontaneamente suas escolhas de acordo com o seu *habitus*, (SCKELL, 2016).

Por ser simultaneamente estruturado, por meios sociais passados e estruturante de ações e representações presentes (WACQUANT, 2007), esse *habitus* varia não apenas com os indivíduos e suas imitações, mas sobretudo com as sociedades, as educações, as conveniências e os modos, os prestígios (CASANOVA, 1995). Durante muito tempo, o trabalho de reprodução dessas diferentes formas de comportamento ou de dominação, esteve garantido por três instâncias principais: a Família, a Igreja e a Escola. Tais instituições, objetivamente orquestradas, agiam sobre as estruturas inconscientes, por tais razões, durante muito tempo se falou a respeito do *habitus* ou da linguagem religiosa, como um conjunto simbólico capaz de se tornar um veículo de poder e de política, que cumpre uma função de conservação da ordem social, contribuindo através da sua própria linguagem, para a “legitimação” do poder dos “dominantes” e para a “domesticação dos dominados” (BOURDIEU, 2007).

Em outras palavras, a religião contribuiu durante muito tempo para a imposição dos princípios de estruturação da percepção e do pensamento do mundo na medida em que impõe um sistema de práticas e representações, a partir de um processo racionalizador e moralizador das práticas religiosas, fortemente marcado pela transferência da noção de pureza da ordem mágica para a ordem moral. Com a ajuda de instâncias objetivamente incumbidas para a produção reprodução, conservação e difusão dos bens de salvação religiosos, diferentes formações sociais podem ser distribuídas, como é o caso da Igreja, que passa a ser além de uma confraria sacerdotal, uma comunidade moral, formada por crentes da mesma fé. Através de práticas ou crenças religiosas e sobretudo na produção, reprodução, difusão e consumo de bens de salvação, a religião passa não só a cumprir funções sociais, mas também, fornece aos indivíduos leigos, justificações de existir em uma posição social determinada, conforme explica Bourdieu (2007).

Na medida em que a sociedade avança, as principais instâncias socializadoras como a Família, a Escola e a Igreja vão dando espaço a outros meios de salvação, principalmente devido as disposições associadas às posições e a trajetórias sociais determinadas, ou seja, se durante muito tempo se falou a respeito de processos de socialização através de uma primeira socialização familiar, como um sistema gerador de práticas, distinções e sistemas estéticos dos indivíduos, passando também por processos escolares e/ou religiosos, as alterações na estrutura e nos tipos familiares e a expansão do emprego feminino, que se associam a instrução pré-primária, bem como a exposição aos meios de comunicação de massa, revertem numa

incorporação de disposições menos centradas no meio familiar. Assim como, a expansão da escolaridade e o adiamento da entrada na vida ativa, a formação permanente, a multiplicação de situações de subemprego e de desemprego em remos sociais, a mobilidade profissional e residencial, são alguns dos fatores que concorrem para uma eventual reconfiguração do *habitus* dos atores sociais (CASANOVA, 1995).

Cada vez mais podemos pensar em novas configurações do mundo social que contribuem para a construção de um novo *habitus*, de um novo sujeito social, que agora passa a ser influenciado não apenas pelas instâncias tradicionais de socialização – a Família, a Igreja e a Escola – mas sim, um *habitus* alinhado às pressões, às mudanças e as influências modernas, conforme Setton (2002). As transformações institucionais do mundo moderno, com uma variedade crescente de instituições produtoras e promotoras de saberes, valores e comportamentos, podem levar o indivíduo a viver a experiência de construir reflexivamente parte do seu próprio destino, dando espaço para uma liberdade de ação dos indivíduos devido ao caráter transitório das relações, dos papéis e das instituições sociais. Em uma sociedade cada vez mais baseada em organizações, podemos pensar como a produção e reprodução desses conhecimentos, valores e saber, acontecem no mundo organizacional, que conforme Rosa e Brito (2009), possuem um fundo cultural, que definem um tipo de subjetividade, um espírito, alinhado ao campo – neste caso visto como a organização - no qual o ator está inserido.

Pensando nas instituições e organizações que temos no mundo moderno, na forma como vivemos e nos organizamos enquanto sociedade, nas pressões, medos e desejos dos atores do século XXI, muito alinhados e intensificados pelo próprio cenário neoliberal, os estudos sobre o fenômeno da empresarização nos levam a compreender e perceber que talvez o maior expoente que temos no nível das organizações seja a própria empresa, uma vez que os objetivos desta tendem a se encontrar constantemente alinhados à lógica capitalista, mercadológica e utilitária. Quando a empresa toma seu lugar como modelo central para qualquer organização ou forma de organizar e sofre essa generalização para espaços que não são empresariais, conforme os estudo sobre o fenômeno nos mostram, cabe pensar que se a família, os indivíduos, as escolas, as instituições religiosas e até o próprio Estado, tendem a ser ver e se organizar como empresas, podemos pensar em uma nova concepção e uma nova reconfiguração de *habitus*.

Um *habitus* empresarial que atua de maneira generalizada, modificando e transformando simultaneamente tanto nos agentes como nas estruturas o processo de socialização e de formação. Intensificado pelo neoliberalismo, o “espírito empresarial” ou “cultura empresarial”, passa a atingir o que Bourdieu chama de eficácia simbólica, que ao ser tomada como natural, passa a ser referência para os mais diversos espaços e agentes, na qual se valoriza cada vez mais o desempenho e o comportamento dos atores que foram feitos para serem bem-sucedidos. Nessa lógica, quanto mais bem-sucedido o indivíduo ou a instituição é, mais comportamentos empresariais eles incorporam, passando a ter destaque em qualquer campo. Por tais razões, na seção seguinte, nos propomos a aprofundar e discutir teoricamente, a concepção de *habitus* empresarial.

## **O PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO SOB A LENTE BOURDIESIANA**

Os estudos empíricos sobre o processo de empresarização, citados na segunda seção do texto, através do olhar de diferentes tipos de organizações, nos mostram que há cada vez mais uma tendência à incorporação dos traços empresariais em espaços que não são empresariais. Isso pode ser visto quando o Estado passa a ver sua população como clientes, as famílias e os indivíduos passam a necessitar de constante gerenciamento familiar, os filhos são vistos como capitais a serem aprimorados que necessitam de investimento ou quando as Universidades e o



próprio sistema de ensino, perdem cada dia mais o seu papel social, adotando práticas de gestão próprias da empresa, voltadas para o lucro e para a concorrência do mercado.

Em tempos em que os medos, anseios e desejos da maioria da população giram em torno do desemprego, do sucesso profissional e da satisfação de necessidades ilimitadas, que conforme apontado por Solé (2008) podem ser realizadas através do trabalho, qualquer incorporação de comportamento empresarial, passa a ser sinônimo de ascensão social, como salvação ou resposta aos problemas sociais tão pouco atendidos pelo Estado e que, em um cenário neoliberal, passam a ser responsabilidades individuais. Tudo isso se dá, através da produção, do consumo - e da interiorização - de um conjunto de símbolos que remetem à instituição empresa, a própria *doxa* empresarial como visão de mundo central.

O processo de empresarização parece ter causado o efeito de homogeneizar os campos, transformando os seus capitais de disputa sempre voltados para o comportamento e para a lógica empresarial. Ou seja, quando percebemos que outros campos, como o campo da cultura, da política, da educação, em alguma medida passam a se ver se organizar como empresas, fica clara a dimensão simbólica desse processo, que ganha ainda mais legitimidade por estar alinhado ao *habitus* dos agentes presentes ou não no campo.

A instituição empresa passa a ser natural, como um mundo mágico e sedutor, determinando os mesmos objetos de disputa, os mesmos princípios éticos, moralizadores, as mesmas regras e os mesmos “bens de salvação” disputados e necessários para sobreviver e ascender dentro de qualquer campo tornando todos cada vez mais parecidos. As regras do jogo que acontecem dentro de qualquer campo são as regras da empresa, é a cultura da empresa enraizada na socialização dos indivíduos. Por isso, podemos pensar que a empresa, como uma instituição, conforme pensada por Abraham (2006), também é produtora de bens simbólicos, que homogeneizam comportamentos, regras e crenças, como uma resposta para os problemas de todos. Essa didática transforma a experiência individual em experiência coletiva, compreendida como um *habitus* de classe ou de grupo, apresentando sistemas comuns de percepção, de concepção e ação (BOURDIEU, 2009).

Conforme ressaltado por De Souza e Fenili (2016), o *habitus* da organização é moldado historicamente com base nas experiências comuns que são vividas e compartilhadas pelos membros da organização, os quais somam-se com seus *habitus* individuais específicos. Compreender isso, significa entender que os *habitus* das organizações e os *habitus* individuais não são mutuamente excludentes, mas se complementam e, de alguma forma, dão sentido uns aos outros, persistindo valores de diferentes instâncias e campos, demonstrando a importância de compreender o espaço social retraduzido pelo *habitus*, uma vez que uma ideologia dominante subjacente ao campo fundamenta as questões de dominação (BRITO-RIBEIRO E HANASHIRO, 2017).

Como muito bem destacado por Solé (2008), a empresa é uma “invenção moderna”, ela nem sempre existiu e, desde que existe, vem constantemente atualizando sua forma de organizar, seus pressupostos e suas características. Esse também é o movimento de construção e atualização de um *habitus* de uma sociedade, considerado um produto da história é constantemente atravessado por novas influências e novas configurações sociais, representando “a interiorização da exterioridade e a exteriorização da interioridade” (WACQUANT, 2007), capaz de transformar os gostos e as escolhas dos agentes de mera subjetividade a uma “objetividade interiorizada”. Essa dimensão simbólica do processo de empresarização, parece ganhar ainda mais legitimidade por estar alinhada a um *habitus* essencialmente empresarial, que realiza dois movimentos: o das estruturas e o dos indivíduos, dos agentes.

Um *habitus* que incorpora os comportamentos, os valores e as regras da empresa, instituição central não apenas neste trabalho, mas também no mundo e influenciam diretamente nos aspectos mais individuais, fazendo com que os agentes assumam e interiorizem os valores da estrutura. Os cinco modos de agir e pensar propostos por Abraham (2006), assim como as

respectivas relações sociais que eles desencadeiam são o ponto de partida para pensar como esse movimento acontece.

Em um movimento contrário e complementar, assim como os indivíduos incorporam os valores da instituição e são atravessados por este esse *habitus* no seu processo de socialização, a empresa, assim como a sua forma de organização e sua constituição, também é o resultado de um processo histórico de mudanças sociais, políticas e econômicas. Por isso, o cabedal teórico de Bourdieu poderá responder à uma série de comportamentos e valores que, provavelmente, são oriundos de outras instâncias socializadoras, como a Família, a Igreja e a Escola, mas que além de contribuírem para a existência desse *habitus* essencialmente empresarial, quando associadas ao processo de empresarização, legitimam sua atuação.

A noção de *habitus* empresarial tal qual foi orquestrada e pensada para esse trabalho observa a empresa como um dispositivo de manutenção e legitimação de privilégios e posições sociais que se sustentam através de pressupostos e práticas que são inerentes ao modelo empresarial, algumas mais superficiais e perceptíveis, outras mais profundas e imperceptíveis. As relações sociais aqui estabelecidas como elementos que caracterizam esse *habitus*, são oriundas dos modos de agir e pensar da empresa tornando-a predominante nas sociedades ocidentais modernas e sustentando um determinado modo de vida.

Tais relações sociais, assim como as diferentes formas de agir e pensar, percebidas nos agentes, são uma forma de expressão e reprodução dos modelos empresariais que foram em algum momento repassadas para estes agentes. Quando Abraham e os autores que dão início aos estudos sobre empresarização apontam estas relações, elas são observadas sob um olhar da empresa, com um aspecto racional, voltadas sempre para um determinado fim, ou seja, alinhada aos pressupostos e interesses capitalistas, baseadas no princípio do funcionalismo e do utilitarismo, que deram origem à instituição empresa. As relações sociais assim se sustentam, porque são a forma mais legítima e o caminho a atingir os objetivos desta, mesmo quando os indivíduos estão fora dela.

Todavia, quando observadas a partir dos seus aspectos simbólicos, elas são capazes de incorporar outros tons, não mais racionais, demonstrando que podem ter origens em outras instâncias. O individualismo e a invenção da realidade econômica, característica marcante da modernidade que parece transformar o sentido da palavra economia diferente das outras civilizações, passando a basear-se em um único motivo, o lucro e a concepção de riqueza, especialmente a concepção de riqueza mobiliária, tende a refletir em um comportamento egoísta, de isolamento e ausência de integração entre os indivíduos, uma vez que fizemos da busca pelas necessidades individuais o grande negócio das nossas vidas. Quando observadas sob os seus aspectos simbólicos, tais pressupostos remetem a uma constante acumulação e manutenção de capital, tanto simbólico como material, capazes de travar lutas dentro dos campos, com o propósito de garantir posições e determinar a dinâmica dos mais diferentes campos, oriundas desde a lógica do sucesso escolar dos agentes descendentes de frações da burguesia, capaz de diferenciar os indivíduos, até os dias de hoje para outros espaços sociais (BOURDIEU, 1989; 2006; 2015a;).

O mito fundador da escassez que parece tornar a escassez de recursos e a eficiência no uso dos mesmos a base da economia, já que a busca pelas necessidades ilimitadas, é uma das maiores forças de ação dos indivíduos, uma vez que considera o homem um ser perpetuamente insatisfeito com a sua condição e frustrado por natureza (SMITH, 1996) e, para isso, o trabalho mantém os indivíduos focados em adquirir bens ilimitados, fazendo com que o sistema se mantenha. Segundo Sahlins (1978), desejar sem limites não é algo da natureza humana e sim da cultura moderna, e assim, o dinheiro torna-se o facilitador ou mediador destas necessidades

e adquire um papel central. A Igreja, assim como os discursos religiosos, durante muito tempo garantiu o aspecto “divino” do trabalho (WEBER, 2004a), assim como a própria lógica da acumulação, demonstrando que tal forma de pensar e agir não é “natural” e própria da empresa.

O racionalismo e dominação representam para Abraham (2006), a própria empresa capitalista, uma vez que essa é um dos mais perenes filhos do processo de racionalização proposto por Weber (2004a), e a organização do trabalho é a característica principal do capitalismo moderno. Neste tipo de dominação, administrativa, impera a crença de que todo direito pode ser instituído de maneira racional, além de carregar princípios como o exercício contínuo das funções oficiais dentro de determinada competência, a hierarquia oficial, as regras, a qualificação profissional, a separação entre o quadro administrativo e os meios de produção e o princípio da documentação formal. Mais uma vez, cabe destacar aqui o papel das instituições religiosas, que tanto influenciaram a construção da ideia de trabalho, assim como as heranças familiares e patriarcais (BOURDIEU, 2020), construindo a ideia de hierarquia, baseada nas figuras de poder do meio familiar: o pai, o marido e, para o meio empresarial, o chefe, influenciando divisão de cargos, de papéis, de funções e na própria divisão sexual do trabalho.

A propriedade privada, apropriação e exploração, muito associados a ideia de liberdade, igualdade e democracia, tende a se dar de maneira desigual, como demonstra Marx e Engels (2003). Além disso, a ideia de propriedade, baseada na concepção liberal de homem, é uma tendência natural, “divina”, amplamente justificada e defendida pela própria Igreja, conforme apontado por Locke (2003). Por fim, a inovação, o desenvolvimento e o mito do progresso, que se tornou na sociedade moderna uma forma de crença, de ideologia, um elemento central à manutenção e distinção do sistema vigente e consolidado pela ideia de empresa, sendo considerada como algo natural da natureza humana de melhorar sua própria condição (SMITH, 1996). Tanto a ideia de propriedade, como a própria ideologia do progresso e crença na inovação, é atravessada por um processo de consagração e acumulação constante de capital, simbolizado pelo nome da família ou da linhagem sob o pretexto do reconhecimento, do prestígio e da dívida, reforçadas por um discurso moralizador e progressista de melhorar sua condição e garantir o bem-estar familiar (BOURDIEU, 2020; 2006; 2015a)

A mesma coisa acontece, quando pensamos na forma com se dão as relações sociais dos indivíduos que são de alguma forma afetados por estas formas de agir e pensar, que além de caracterizar a empresa como uma instituição que produz e reproduz valores e saberes, são caracterizadas e pensadas inicialmente por um olhar predominantemente utilitarista e mercadológico. No entanto, quando são observadas através da sua dimensão simbólica, percebe-se que são constantemente atravessadas por comportamentos e valores que ultrapassam tais aspectos e nos levam a entender que a empresa, como um produto da sociedade e das respectivas relações sociais, também incorpora condutas de ordem moral, ética ou religiosa, oriundas de outras instâncias, que reforçam e sustentam, mesmo que inconscientemente, os valores da empresa como instituição central promotora de valores e saberes.

As relações impessoais, presentes nos mais diversos coletivos organizacionais, se observadas a partir de um olhar burocrático conforme proposto por Weber (2004b), são vistas como uma particularidade da sociedade de mercado, onde o indivíduo passa a ser um símbolo do empregado eficiente, que melhor se adapta às metas organizacionais. Dessa forma, as relações impessoais estão fortemente ligadas à dependência que liga os indivíduos, que não está relacionada ao outro propriamente dito, mas sim às coisas que ele possui ou produz (ABRAHAM, 2006).

Essa ideia de transmissão de capital cultural ou até mesmo social, que liga os indivíduos e reforça suas relações, é uma lógica que se dá no seio de outras instituições, uma vez que a eficácia e a eficiência dos agentes dependem de capitais herdados no meio familiar, por isso, a instituição família possui um determinado peso, já que representa a “origem social” que influencia diretamente nas relações entre os indivíduos, condicionando um sistema de hierarquização (BOURDIEU, 2015a), modelo comumente utilizado em qualquer meio empresarial. Tanto a lógica da hierarquização como da própria sucessão e preservação de valores, cargos, da imortalidade e, conseqüentemente de capitais, se fazem presentes no meio empresarial, ao mesmo tempo que reforçam os achados de Cuadra e Restrepo (2022), que indicam como uma das características de um *habitus* empresarial um espaço de dominação eminentemente masculino determinada historicamente.

As relações de trabalho ou funcionais, fruto da divisão racional do trabalho, fazem com que os indivíduos sejam constantemente agrupados pela função que executam e, também, reconhecidos por elas, como se tivessem papéis e posições pré-determinados. No entanto, quando associada à uma instância tradicional como a família e a escola que persiste em transmitir os pressupostos da representação patriarcal, contribui para traçar tanto os destinos sociais como também a intimidade das imagens de si mesmo. Da mesma forma, a Igreja, marcada pelo antifeminismo, e pela imposição de uma moral familiarista dominada pelos valores patriarcais e pelo dogma da inferioridade das mulheres (BOURDIEU, 2020), fortalece e sustenta a divisão sexual do trabalho não apenas no âmbito familiar, mas em qualquer espaço de trabalho, em qualquer organização que incorpore as formas de organizar baseadas na hierarquia e divisão de cargos ou tarefas

As relações de exploração ou de assalariamento, conforme foi proposto por Araújo e Silva (2003), são o resultado de um processo de apropriação e divisão desigual dos bens de produção, da exploração do homem pelo homem, oriundas dos estudos marxistas sobre o próprio desenvolvimento do capitalismo, fazendo com que as pessoas sejam submetidas a um trabalho assalariado para sobreviver (SOLÉ, 2008). Para além dessa distribuição desigual, essa lógica se sustenta através da ideia da dívida, uma que vez que um determinado grupo de indivíduos são vistos como “credores”, amparados por uma ordem moral, ética e tradicional, baseada na “boa-fé” das transações comerciais legitimados pelo “nome” ou pela “marca” do indivíduo e da linhagem familiar e um outro grupo de indivíduos são vistos como “devedores”, que detêm obrigação de manter estas relações (BOURDIEU, 2006).

As relações de dominação, presentes no mundo organizacional, são oriundas dos modelos de dominação propostos por Weber (2004b): dominação de caráter racional, tradicional e carismático. A dominação racional-legal é o modelo predominante e que inspira a burocracia como estrutura organizativa, mais característica e mais legítima, conforme destacado por Araújo e Silva (2003). Estas relações de dominação, controle e poder, parecem ganhar um sentido “moral” ou “ético”, quando ligadas às figuras de poder dentro de qualquer organização ou instituição (DE CLERQ E VORONOV, 2009; FREITAG E HOPPEN, 2020; CUADRA E RESTREPO, 2022). O mesmo ocorre com a ideologia do progresso e com a noção de propriedade privada, tomadas como uma necessidade “natural” dos indivíduos, repassadas por gerações familiares, assumindo um tom de divindade e constantemente associada à discursos religiosos, que não apenas legitimam tais processos, como mascaram suas relações de expropriação, desigualdades e dominação.

As relações concorrenciais que passam a acontecer quando o desenvolvimento econômico é impulsionado pelo progresso técnico e está intimamente ligado à geração de

inovação baseado na empresa, que é também um processo perpétuo de criações e destruições (SOLÉ, 2008), e que remetem à busca pela satisfação de necessidades, fazendo com que tanto os indivíduos como as empresas, concorram sempre entre si (PARETO, 1996). A ideia de concorrência, quando associado à uma noção religiosa, familiar ou escolar, passa a assumir a lógica do “aprimoramento de si” e “manutenção de capital humano” (FOUCAULT, 2008b). A concorrência passa então a ser incorporada para qualquer situação ou espaço, inclusive na própria esfera individual, associando cada vez mais as práticas de gestão para a organização familiar, pessoal ou para qualquer esfera da vida (GAULEJAC, 2007), indo ao encontro dos achados de Kay e Laberge (2002), Chalita (2008) e Cuadra e Restrepo (2022), quando trazem a ideia de *habitus* empresarial ou empreendedor, por exemplo

Qualquer uma das relações aqui citadas, quando associadas às instâncias tradicionais e, principalmente, associadas à Igreja, perpassando por discursos religiosos, carregadas de aspectos simbólicos, incorporam tons, não mais racionais, mas de divindade, perdendo a lógica racional do processo de empresarização. As instâncias tradicionais de socialização parecem fornecer elementos que sustentam ainda mais o fenômeno e as próprias relações sociais oriundas da empresa, uma vez que são vistas como bens simbólicos de salvação. Além disso, elas nos permitem elencar uma série de símbolos que remetem à instituição empresa, a saber: as formas de dominação, poder e controle, as divisões dos trabalho, tarefas e papéis, a importância da lógica de consumo e do dinheiro (moeda) como um facilitador ou intermediador de qualquer relação, a objetificação de tudo (como produto), inclusive, do próprio indivíduo, as criações e destruições, relações de exploração, expropriação e assalariamento, o individualismo, o egoísmo, as lutas de classes, manutenção e acumulação de capital material e simbólico, o discurso de inovação, liberdade e progresso, a hierarquia, disciplina, obediência as leis e normas, a concorrência, o lucro e a satisfação de necessidades.

Ao realizar tais aproximações e percepções, conceituamos o *habitus* empresarial como uma união entre o clássico e o moderno, entre aspectos morais que ditam uma ordem social oriunda das instâncias tradicionais, a Família, a Igreja e a Escola, associados à ideia de igualdade, liberdade e progresso, principalmente econômico, capaz de mascarar o processo violento e desigual que permeia o conjunto de relações sociais que moldam a empresa e, conseqüentemente, se fazem presentes em espaços fora dela. Um norteador de comportamentos e ações, presente tanto na subjetividade de cada indivíduo como na forma de constituição das mais diversas estruturas e que se reproduz como uma forma de manutenção de uma determinada ordem social.

Existe uma fé nos preceitos empresariais, uma fé numa maneira de organizar empresarial que ultrapassa os aspectos racionais e chega a um patamar transcendental. A crença, consciente ou não, na empresa como instituição central no mundo e nos indivíduos que detêm poder dentro dela, que nada mais são que a forma personificada dessa instituição, transforma o comportamento e, conseqüentemente, todo o conjunto simbólico que remete à essa instituição, chamado aqui de *habitus* empresarial, em uma questão moral, de comportamento adequado, ético e correto.

## CONCLUSÃO

Este trabalho teve o objetivo de associar a teoria do processo de empresarização às principais contribuições de Pierre Bourdieu para discutir a dimensão simbólica do referido processo e delinear o conceito de *habitus* empresarial. A partir da discussão teórica realizada,

ficou evidente que o *habitus* empresarial como uma força socializadora, compreende um conjunto maior de valores e saberes não apenas relacionado à aspectos predominantemente mercadológicos, empreendedorísticos ou, até mesmo, resumido à determinadas posições de poder de determinados agentes.

Entender a dimensão simbólica do processo de empresarização, permite identificar o surgimento de um *habitus* essencialmente empresarial, entendido aqui como um produto da história, que recebe constantes influências políticas, econômicas e culturais, parece ser um conjunto do moderno e do clássico. Um conjunto de práticas e comportamentos fortemente influenciados por discursos liberais presentes no mundo corporativo e, ao mesmo tempo, a presença marcante e o não esquecimento de práticas pré-modernas, enraizadas e consolidadas por estruturas tradicionais de socialização, tais como a moral familiar ou religiosa.

Entender como esse *habitus* se caracteriza e a forma como ele pode atuar em diferentes campos, é uma ferramenta que nos possibilita olhar para uma realidade social e fazer relações e interpretações sobre o cenário político, econômico, cultural e social desta. Considerando a natureza deste trabalho, os resultados aqui encontrados não foram empiricamente comprovados e analisados, sendo esta uma limitação da pesquisa e, ao mesmo tempo, um ponto de partida para futuras investigações que se preocupem em observar como o *habitus* empresarial atua em campos diferentes, possibilitando inclusive atualizar constantemente o conjunto de símbolos que ele carrega consigo. Além disso, destaca-se também a limitação do percurso metodológico, no qual poderia ter sido construído a partir de uma revisão sistemática de literatura.

Indica-se também, a combinação do conjunto teórico utilizado aqui, com outras metodologias de pesquisa, como a própria Análise do Discurso, uma vez que analisar as instituições e organizações em termos de poder, também significa analisar suas práticas discursivas e seus recursos de linguagem. Também acreditamos, que ao aprofundar e avançar no entendimento e nos estudos sobre o tema, o conjunto de características que constituem o *habitus* empresarial possa ser complementado, visto que essa é uma discussão longe de ser encerrada. As mudanças sociais, políticas e econômicas também tendem a atualizar e trazer novas contribuições importantes para esse conceito que futuramente pode ser novamente observada e repensada.

## REFERÊNCIAS

- ABRAHAM, Yves-Marie. **L'entreprise est-elle nécessaire?** In: DUPUIS, Jean-Pierre (org.). *Sociologie de l'entreprise*. Montréal: Gaëtan Morin Editeur, 2006
- ARAÚJO, Ayana Zanúncio; SILVA, Rosimeri Carvalho da. A Agricultura Familiar e a expansão das Relações Sociais inerentes à Empresa. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v. 1, p. 5, p.85-112, 2016.
- ARNONI, Vitor Abreu. **Vender a si mesmo e a sua verdade: o processo de empresarização do eu dos músicos produtores de conteúdo digital**. Orientador: Marcio Silva Rodrigues. 154f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2022.
- BADIA, Octavio de Castilhos. **O posicionamento das empresas de educação na construção do Plano Nacional de Educação 2014-2024**: uma análise a partir da teoria da empresarização. 2017. 125 f. Dissertação (Mestrado e, Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- BARCELOS, Marcio.; RODRIGUES, Marcio Silva . *Concepções de Política Pública e Práticas Discursivas: Uma Análise sobre as Políticas para a Educação Superior nos Governos Lula*

- (2003-2010). **ARCHIVOS ANALÍTICOS DE POLÍTICAS EDUCATIVAS / EDUCATION POLICY ANALYSIS ARCHIVES**, v. 25, p. 123, 2017.
- BORGES, J. C. P.; RODRIGUES, M. O Estado e a generalização da forma empresa: uma análise da percepção de agentes públicos acerca do papel da Secult em Pelotas/RS. **Revista Sinergia**, v. 21, n. 2, p. 81-94, jul./dez. 2017.
- BOURDIEU, P. **A Distinção: Crítica Social do Julgamento**. 1. ed. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2015a, 560 p.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kühner. 18ª ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2020
- BOURDIEU, P. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. 3ª edição, Porto Alegre, RS: Zouk, 2006
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução de Fernando de Tomaz. Memória e Sociedade, Editora Bertrand Brasil S.A. Rio de Janeiro, 1989
- BOURDIEU, Pierre. **Razões Práticas: Sobre a teoria da ação**. Tradução de Mariza Corrêa. Campinas, SP, Papyrus, 1996
- BOURDIEU, P. [1970] **O mercado de bens simbólicos**. In: MICELI, S. (Org.) Economia das Trocas Simbólicas. São Paulo, Ed. Perspectiva, 2007
- BOURDIEU, P. **O senso prático**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009
- BRITO-RIBEIRO, Ludmila Maria Batista de; HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori. Lançando um Olhar sobre Bourdieu: uma Leitura Cronológica de seus Principais Conceitos. In: **XX SEMEAD SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO**, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://login.semead.com.br/20semead/anais/arquivos/984.pdf>. Acesso em: 26 jun. 2023.
- CASANOVA, J. L. Uma avaliação conceptual do "habitus". **Revista Sociologia – Problemas e Práticas**. Nº 18, 1995, p. 45-68
- CHALITA, Marie Anne Najm. PRODUÇÃO DO HABITUS EMPRESARIAL NA CITRICULTURA PAULISTA. **Rev. de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 55, n. 1, p. 41-61, jan./jun. 2008
- COSTA, Cristiane Simões Neto. **A Empresarização do Espaço em Cidades Locais: um estudo no município de São José do Norte**. 2017. 100f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017
- COSTA, C. E. S. da. **Processo de Empresarização nos clubes de futebol e as conseqüências sobre o controle organizacional**. Orientadora: Rosimeri Carvalho da Silva. 2005. 208 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. 164 Revista Grifos REVISTA GRIFOS - N. 47 – 2019
- COSTA, Carlos Everaldo Silva da; SILVA, Rosimeri Carvalho da. Empresarização e controle organizacional: um estudo nos clubes de futebol em Santa Catarina. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 4, p.1-16, 2006
- CUADRA PALMA, L. N. .; RESTREPO QUINTERO, K. La mutación del habitus empresarial chileno a partir de dos metáforas sobre el liderazgo femenino. **Revista Científica General José María Córdova**, [S. l.], v. 18, n. 30, p. 461–476, 2020. DOI: 10.21830/19006586.592.
- DA COSTA FREITAG, Viviane; HOPPEN, Norberto. O HABITUS DOS GESTORES E O CAMPO NA ADOÇÃO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO. In: **XIV Congresso ANPCONT**, Foz do Iguaçu, PR, 2020. Disponível em: < [https://www.anpcont.org.br/pdf/2020\\_CCG481.pdf](https://www.anpcont.org.br/pdf/2020_CCG481.pdf) > acessado em: 18 de junho de 2023
- DELEUZE, Gilles. Conversações: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992, p. 219-226.
- DE CLERQ, D. and VORONOC, M. Toward a Practice Perspective of Entrepreneurship. **International small business journal**, 27(4), pp. 395–419. 2009.

DE SOUZA, Eda Castro Lucas; FENILI, Renato Ribeiro. O estudo da cultura organizacional por meio das práticas: uma proposta à luz do legado de Bourdieu. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 14, n. 4, p. 872-890, 2016.

DUMONT, L. **Homo Hierarquicus** – o sistema de castas e suas implicações. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

DURIEUX, A. **O processo de empresarização do voleibol catarinense**. Orientadora: Eloise Helena Livramento Dellagnelo. 2005. 146 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

DUQUIA, A. A, FRANZ, A. H., BARCELOS, M., RODRIGUES, M.S. Políticas públicas e estudos organizacionais: uma articulação teórica para analisar as formas de organização dos programas de pós-graduação da Universidade Federal de Pelotas (Brasil). **Education Policy Analysis Archives**, 30, (142), 2022.

ETZIONI, A. **Organizações Modernas**. São Paulo: Pioneira, 1968

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**. Curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008b

FRANZ, A. H.; RODRIGUES, M. S. . Da Universidade operacional à Universidade empreendedora: reflexões sobre o avanço do neoliberalismo na educação superior brasileira. **SIMBIÓTICA**, v. 8, p. 53-85, 2021.

FRANZ, A. H.; LEITE, E. S. ; RODRIGUES, MARCIO SILVA . O processo de empresarização e o discurso da universidade empreendedora: Uma análise da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). **ARCHIVOS ANALÍTICOS DE POLÍTICAS EDUCATIVAS / EDUCATION POLICY ANALYSIS ARCHIVES**, v. 28, p. 177, 2020

GAULEJAC, V. de. **Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social**. São Paulo: Ideias & Letras, 2007.

GONÇALVES, J. C. de S.; SERRA, A. R. C.; COSTA, C. E. S. A empresarização do sagrado: um estudo sobre a estruturação de igrejas protestantes brasileiras. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 6, n. 2, p. 1-14, 2007.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: uma breve história da humanidade**. São Paulo. Editora Companhia das Letras, 2020.

KAY, Joanne; LABERGE, Susana. TheNew'Corporate Habitus in Adventure Racing. **Revista internacional para a sociologia do esporte**, v. 37, n. 1, pág. 17-36, 2002.

LOCKE, John. **Segundo Tratado sobre o Governo Civil**. São Paulo: Editora Martin Claret, 2003.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. Manifesto do Partido Comunista. São Paulo: Editora Martin Claret, 2003.

NASCIMENTO, M. et al. A servidão voluntária e o discurso de empreendedorismo cultural: aproximações (tristes, mas) possíveis. **REVISTA GRIFOS**, v. 28, p. 136, 2019.

ONOFRE, Isabel Sarkis, et. al. DO HIPPIE AO CHIQUE: OS SIGNOS PRESENTES NO CONSUMO DE CESTAS DE ALIMENTOS ORGÂNICOS. **Acta Ambiental Catarinense**. Vol. 20 n.1. 2022

PARETO, V. **Manual de economia política**. São Paulo: Nova Cultural, 1996

RODRIGUES, M. S. **O novo ministério da verdade: o discurso de VEJA sobre o campo do Ensino Superior e a consolidação da empresa no Brasil**. 2013. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2013.

RODRIGUES, Marcio Silva. O Novo Ministério da Verdade: o discurso de Veja sobre o ensino superior e a consolidação da ideia de empresa no Brasil (1968-2020). **DISCURSO & SOCIEDAD**, v. 15, p. 464-497, 2021.

RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. C. da. Empresarização no Figueirense Futebol Club e no Sport Club Internacional. **Gestão. Org**, Recife, v. 4, n. 3, p. 38-54, 2006a.



RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. C. da. Clientes ou torcedores: a empresarização do futebol no Brasil. **Revista Alcance**, Biguaçu, v. 13, n. 2, p. 167-184, 2006b

RODRIGUES, M. S.; DA SILVA, R. Empresarização e Modernidade: A ideia de Empresa no Centro do Mundo. *Revista Brasileira de Estudos Organizacionais*. v. 6, n. 1, p. 40- 76, abr. 2019a.

RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. C. da. Nova república, novas práticas: uma análise do processo de empresarização do ensino superior no Brasil (1990 - 2010). **Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade (Farol)**, v. 6, n. 15, p. 176-218, 2019b.

RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. C. da.; DELLAGNELO, E. H. L. O Processo de Empresarização em Organizações Culturais Brasileiras. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 66-85, jan./mar. 2014.

ROSA, A. R.; BRITO, M. J. Ensaio sobre violência simbólica nas organizações. **Organizações & Sociedade**, v. 16, n. 51, art. 2, p. 629-646, 2009.

SAHLINS, Marshal. **A primeira sociedade da afluência**. In: CARVALHO, E. A. Antropologia

SCHUMPETER, Joseph. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1961.

Econômica. São Paulo: Humanas, 1978.

SERRA, A.R. C. **A empresarização do sagrado: um estudo sobre a estruturação de igrejas dos protestantismos brasileiros**. Orientadora: Rosimeri Carvalho da Silva. 2005. 195f. Dissertação (Mestrado em Administração) Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005

SCKELL, Soraya Nour. Os juristas e o direito em Bourdieu: a conflituosa construção histórica da racionalidade jurídica. **Tempo Social [online]**. v. 28, n. 1, 2016.

SETTON, M. da G. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n.20, p.60-70, maio/ago. 2002.

SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**. São Paulo: Nova Cultural, 1996

SOLÉ, Andreu. **L'enterprisation du monde**. In: CHAIZE, Jaques; TORRES, Félix. Repenserl'entreprise: Saisir ce qui commence, vingt regards sur une idée neuve. Paris: Le Cherche Midi, 2008.

TAVARES, L. F. **Empresa, Mercado e Cultura: o processo de empresarização no Grupo Tholl**. Orientador: Marcio Silva Rodrigues. 2011. 88 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2011

TOMETICH, P. **O empreendedorismo como uma relação assalariada: um estudo sobre um traço da empresarização**. Orientadora: Rosimeri de Fátima Carvalho da Silva. 2019. 196 f. Tese. (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

TOMETICH, P.; SILVA, R. C. da. O processo de empresarização e as mudanças nas relações de assalariamento e exploração. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 12, n. 2, p. 71-87, abr./jun. 2018.

VARGAS, L. M.; RODRIGUES, M. S. A EMPRESARIZAÇÃO DOS CENTROS DE TRADIÇÕES GAÚCHAS: UMA ANÁLISE DAS RELAÇÕES DE CONCORRÊNCIA E DE CONSUMO. **Revista Gestão Organizacional**. v. 12 n. 4. Set/Dez, 2019

WACQUANT, Loïc J. D. Notas para esclarecer a noção de habitus. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 6, n. 16, pp.5-11, 2007, ISSN 1676-8965.

WEBER, Max. **A Ética protestante e o espírito do capitalismo: texto integral**. São Paulo: Martin Claret, 2004b.